

## HRガイド

# 業績を向上させる バックオフィス戦略

～成長する企業はスタッフ部門が違う～

株式会社ゼロイン オフィスサービス部 部長 石塚 裕

### ■ 経営に貢献するバックオフィスとは？

かつて「戦略的総務」などといわれ、日本企業のバックオフィス部門が強い時代もあった。人数・予算・権限の充実した強力な参謀本部機能が企業グループの総合力を支え、様々な企画を打ち出し、またトラブルの解決に乗り出してきていた。その後の経済・経営環境の激変によって、間接部門は合理化のメインターゲットとなり、プロフィットセンターへの資源集中が進められてきたのはご承知の通りである。しかし、今日においても「組織が成長し、業績を伸ばしている会社はバックオフィス部門が強い」という実態がある。ただし、その様相はかつての強い参謀本部とはスタンスが少し違うようだ。要は、「いかに働きやすい環境を作るか」という、従業員を顧客に見立てた徹底的なサポート・サービス業のポジションに近いといえるだろう。今、そしてこれから、バックオフィス部門に求められる役割は何か、自社のバックオフィスがどうあるべきか、また、バックオフィスの中心機能の1つである人事部門がどのような施策に取り組んでいくべきなのか、今一度、立ち位置を考える機会があってもいいはずだ。 (編集部)

### CONTENTS

#### はじめに

#### 1 バックオフィスがフロントオフィスを強くする

- (1) 「バックオフィスを強化しても業績は上がらない」は本当か？
- (2) 「従業員が働きやすい環境」を起点に
- (3) バックオフィスは、企業を動かすエンジン
- (4) フロントオフィスを支援するバックオフィスの4つの役割

#### 2 経営方針に基づくバックオフィス戦略の作り方

- (1) 経営方針や事業戦略を理解しているか、ギャップはないか
- (2) 経営環境の変化に素早く対応しているか
- (3) 従業員が働きやすい環境の創造につながっているか
- (4) 日常業務と戦略業務を切り分けているか

#### 3 バックオフィス業務の生産性向上

- (1) 業務の見える化と改善の実施
- (2) 定期的な担当変更による脱属人化
- (3) アウトソーシングの活用

#### 4 インナーコミュニケーションの重要性が高まる

- (1) 情報環境と働く価値観の変化
- (2) 経営理念やビジョンを中心としたコミュニケーション
- (3) 部門連携で一貫したストーリーを描く

#### 5 従業員のアクションを生み出すワークプレイスを考える

- (1) ワークプレイスは、ワークスタイルから考える
- (2) 交流・触発・協働の場作り

#### 6 業績向上は誰が作るのか？

### ■ 石塚 裕 (いしづか ひろし) :

大手人材・情報メディア企業をはじめ、大手セレクトショップ、住宅メーカー、家具の小売店等の社員総会、社内報などのインナーコミュニケーション施策を手がける。様々な業種・業態の企業のバックオフィスの業務改善、組織のインターコミュニケーション活性化支援を10年にわたり従事。

### ■ 株式会社ゼロイン :

バックオフィス・インナーコミュニケーション・ワークプレイスの3つの領域で、組織で働く人の行動活性化を支援。

●住所：〒104-0061 東京都中央区銀座7丁目4-12銀座メディカルビル4F

●TEL：03-5537-5553 ●URL1：<http://www.zeroin.co.jp/> ●URL2：<http://www.cappy.me/>

